CRITT SAVOIE

Formation – Stratégie digitale…et alors?

Prenez le pouvoir sur vos performances web

Prenez le contrôle sur vos performances web

Désormais, l'utilisation optimale des outils digitaux pour **trouver de nouveaux clients**, **recruter ou gagner en productivité** n'est pas seulement un "plus" : c'est une des conditions de la **réussite des entreprises** du 21e siècle. Encore faut-il **savoir les placer au service de ses objectifs**. Par où commencer ? Que puis-je espérer ? Comment faire ? C'est ce que nous vous proposons de découvrir au fil de ce parcours alternant **théorie et pratique**. Le parcours Web, c'est 7 jours pour démystifier le web 2.0 et les outils de communication digitale au service du développement de votre activité. Identifiez les axes de progrès de votre entreprise et soyez autonome pour prendre de bonnes décisions opérationnelles et stratégiques.

Objectifs

- Comprendre l'intérêt du web pour développer son business
- Identifier les potentialités de chaque outil numérique et les pratiquer
- Structurer et déployer sa stratégie digitale
- Piloter sa stratégie digitale au service des objectifs de l'entreprise

Approche pédagogique et acquis du parcours

- **Un tronc commun** de 7 jours vous dresse le panorama des fondamentaux et des enjeux d'une stratégie digitale.
  À l'issue de ce parcours, vous possédez le mode d'emploi pour mettre en place une stratégie digitale et piloter des prestataires
- **Des ateliers** à la carte pour pratiquer et approfondir les modules du tronc commun. Choisissez les modules de perfectionnement dans lequel devenir autonome.

Pré-requis

- Avoir défini des objectifs de développement d'entreprise à travers le numérique (dossier de candidature à remplir)
- Un travail préparatoire sera à prévoir entre chaque séance. Ce travail est indispensable à la bonne appropriation des outils à une progression homogène du groupe.

Public concerné : dirigeant d'entreprise - directeur et responsable de communication - responsable communication digitale - chargé de communication internet et multimédia - chef de projet multimédia - responsable e-marketing et e-commerce - cadre en charge de la communication externe ou globale - chargé(e) de Relations Publiques

Durée : 7 jours (les dates vous seront communiquées au minimum 3 semaines avant le démarrage)

Lieu : Chambéry

Horaires : de 9h à 17h30

Nombre maximum de personnes :

- Tronc commun : 12 personnes
- Atelier : 5 personnes

Tarif tronc commun :

- Tarif : Adhérent CRITT : ~~3 634 € Net de Taxes~~ => 2 940€ Net de Taxes *
- Non adhérent au CRITT : ~~4 130€ Net de Taxes~~ => 3 304 € Net de Taxes *

**offre de lancement : bénéficier de 20% de remise pour toute pré-inscription*

Tarif par atelier :

- Adhérent CRITT : 250€ Net de Taxes la demi-journée
- Non adhérent au CRITT : 290€ Net de Taxes la demi-journée

4 Professionnels pratiquants

Cristel ALZAY – Module 6 & 8

Booster votre notoriété, votre commercial en créant des liens durables et pérennes avec votre écosystème. Faîtes que vos prospects deviennent vos clients. Que vos clients deviennent vos ambassadeurs. Que vos ambassadeurs soient vos meilleurs vendeurs ! Allez encore plus loin en les fédérant au cœur de votre communauté pour générer de la co-création de nouveaux produits et services.

Jérôme CHAMBARD – Module 1, 3, 7 & 9

Facebook, Google, Amazon, Prestashop… tout cela est formidable. Mais en quoi ces outils servent-ils vos objectifs ? Analyser, tester, mesurer et corriger : voilà comment je compte faire du web un axe de développement rentable pour vous.

Clément LELARDOUX – Module 2, 4 & 10

Maîtriser les outils que nous offre Internet est de nos jours indispensable pour développer son activité. Le Web Social regorge de solutions digitales accessibles à tous. Ma mission première est ainsi de comprendre comment mes services s'insèrent dans la stratégie digitale de votre entreprise, et non l'inverse.

Ferréole LESPINASSE – module 5

Identifiez vos axes stratégiques, démarquez-vous à travers une présentation lisible de votre activité, rassurez les internautes avec des contenus utiles et convaincants, affirmez votre valeur ajoutée… Voici quelques objectifs d'une stratégie éditoriale.

1 Consultant expert – transformation managériale et stratégique

Sylvain ZANNI – Module 11

Associer votre projet à une vision de votre entreprise, alignez le fonctionnement collectif de votre activité digitale et de votre activité réelle pour une organisation cohérente, anticipez et accompagnez les transformations induites par la digitalisation, disposez de clefs managériales pour accompagnez vos collaborateurs dans cette évolution.

Programme

Module 0 :
Séminaire d'intégration, Corinne ISAIA

- Faire connaissance avec le groupe, partage des objectifs et des enjeux de chacun
- Cadrage sur le fonctionnement du tronc commun et des ateliers

Module 1 :
Introduction, Jérôme CHAMBARD

- En parlant tous la même langue : le vocabulaire du digital.
- La place du digital dans une stratégie d'entreprise.
- Des objectifs aux résultats.
- La data, votre meilleur capital retraite.

Module 2 :
Stratégie digitale, Clément LELARDOUX

- Enjeux et concept de la e-Réputation
- Organiser sa veille sur le Web 2.0
- Les techniques de référencement 2.0
- Focus sur le SEO (référencement naturel)

Module 3 :
Publicité en ligne, Jérôme CHAMBARD

- Publicité sur les moteurs de recherche : chiffres clefs, lancement, optimisation et mesure du ROI.
- Publicité display, vidéo, RTB et programmatique.
- Spécificités de la publicité sur les réseaux sociaux : les exemples de Facebook, LinkedIn et Twitter.

Module 4 :

Social Media Marketing, Clément LELARDOUX

- Enjeux des techniques de Social Media Optimization
- Définition des objectifs des principaux Médias Sociaux
- Codes et règles des principaux Médias Sociaux
- Focus sur la Newsletter et le Blog d'Entreprise

Module 5 :

Définir son positionnement éditorial, Ferréole Lespinasse

- Enjeux des contenus Web
- Définir son positionnement éditorial pour une meilleure promesse commerciale
- Structurer ses contenus pour répondre aux problématiques clients
- Rédiger pour intéresser et convaincre ses cibles

Module 6 :

Animation de communautés, Cristel ALZAY

- Community Management : définition, enjeux, périmètre
- Communauté : définition, Stratégie et processus
- Animation de sa communauté : Membres, profils, gestion et animation
- Panorama des supports existants
- Bonnes pratiques de la gestion de communauté

Module 7 :

Solutions techniques, Jérôme CHAMBARD

Ce qu'il faut savoir pour décider en connaissance de cause :

- Hébergement : combien ça coûte, en quoi est-ce important ?
- Faire un site web ou un site e-commerce : panorama des solutions.
- Sécurité informatique : mais oui, c'est votre responsabilité.
- Mobile : responsive design, sites mobiles, applications.
- E-mail marketing : améliorer sa déliverabilité.
- Savoir que ça existe : CDN, places de marché, flux et web services.

Module 8 :

Innovation ouverte, Cristel ALZAY

- Innovation ouverte: Démarche Fondamentaux Bénéfices
- Compréhension de la démarche d'innovation ouverte
  Les grandes étapes et pré –requis - Les différentes méthodes existantes.
- Confidentialité & PI
- Facteurs clés de succès

Module 9 :

Web analytics, Jérôme CHAMBARD

- Que mesurer sur le web ?
- Quelles informations collecter ?
- Que faire de ces données : optimisation des conversions, engagement, marketing automation et connaissance du marché.
- La boîte à outils du web analytics.
- Construire un tableau de bord web orienté performance sans être polytechnicien.

Module 10 (optionnel) :

Optimisez votre site marchand, Clément LELARDOUX

- Connaitre ses clients : focus sur la technique des personae
- Définition des différents taux de conversion
- Optimisation ergonomique et sémantique des pages d'un site marchand

Module 11 :

Séminaire de clôture, Corinne ISAIA & Sylvain ZANNI

- Bilan de la formation
- Connecter les enjeux de l'entreprise à ceux de votre démarche pour consolider le sens.
- Sélection des ateliers de perfectionnement

THEMATIQUES DES ATELIERS DE PERFECTIONNEMENT

Atelier de lancement par Sylvain ZANNI – De la pratique à la formalisation de votre projet digital

La digitalisation d'une entreprise n'est pas l'enjeu d'une fonction ou d'un service de l'entreprise, c'est avant tout un mouvement profond d'accompagnement au changement, un mouvement nécessairement transversal et impliquant toutes les strates hiérarchiques de l'entreprise, tous les collaborateurs.

Pour cela, cet atelier de lancement vise à identifier les conditions principales à installer pour accompagner l'intégration du digital, au travers de 3 points :

- Comprendre dans quelle mesure se rejoignent les enjeux de digitalisation et organisationnelle, repérer ce qui se joue en terme d'évolution culturelle,
- Approcher la digitalisation comme un projet stratégique, nécessairement collectif, et formaliser les objectifs et les enjeux porteurs de sens,
- Anticiper les impacts de transformation par un 360° pour préparer l'accompagnement.

Atelier 1 (Module 2) – Créer un cahier des charges pour son futur site Internet

Apprenez à créer un cahier des charges complet et efficace pour réaliser votre projet de site Internet (mots-clés, personas, arborescence, zoning…). Ce document est à destination de votre prestataire Web ou collaborateur en charge de sa réalisation.

Atelier 2 (Module 2) – Optimiser ses textes pour le référencement naturel

Apprenez à optimiser la sémantique de votre présence sur Internet en créant vos personae (publics cibles) et sélectionnant les mots-clés sur lesquels vous souhaitez vous positionner.

Atelier 3 (Module 3) – Lancer et optimiser une campagne publicitaire Google Adwords

Lancer une campagne publicitaire avec Google est très simple : on choisit ses mots-clefs, on écrit ses annonces, et le tour est joué. Mais bien souvent, les débutants gaspillent leur budget par inexpérience : mots-clefs mal ciblés, annonces peu percutantes, pages d'atterrissage inadaptées, ciblage de l'audience mal réalisé. Dans ce TD, nous construirons ensemble des campagnes publicitaires optimisées et pouvant prétendre enfin générer un retour sur investissement positif.

Atelier 4 (Module 4) – Savoir réaliser un audit de sa présence web

Objectif principal de ce TD : “Acquérir les compétences pour améliorer la visibilité de votre présence sur Internet”. Réalisez un audit de votre présence web pour définir des recommandations d’optimisation !

Atelier 5 (Module 4) – Optimiser un blog d’entreprise

Alimenter un blog d’entreprise, c'est-à-dire un blog professionnel, permet de promouvoir de manière efficace votre expertise, votre marque, vos produits et services. Contrairement aux autres médias sociaux tels que Facebook, Twitter pour ne citer qu’eux, où vous êtes en quelque sorte locataire, le blog vous appartient.

Avant de créer votre blog d’entreprise, vous devez créer une stratégie répondant à des objectifs préalablement fixés... Si vous êtes tentés par l’expérience, mais que vous hésitez encore, nous allons découvrir lors de ce TD quels bénéfices votre entreprise pourrait retirer de cet outil de communication n°1 sur les médias sociaux.

Atelier 6 (Module 4) – Facebook Marketing

Facebook compte des millions d'utilisateurs en France (30 millions en 2015). Vos clients, fournisseurs, prospects, partenaires sont sur Facebook. Il est donc important de comprendre leurs attentes et leurs usages pour réussir votre stratégie. Une page fan Facebook, c'est la vitrine de votre marque sur le réseau social. Elle vous permet de communiquer avec vos fans. Une page fan Facebook n'est pas un lieu de vente mais avant tout un lieu de conversation, affinitaire et communautaire où il faut créer une expérience pour attirer et fidéliser ses fans.

En plus de comprendre le fonctionnement de l’outil facebook, nous verrons lors de ce TD comment créer une stratégie pertinente, cohérente et efficace sur ce réseau social afin d’atteindre des objectifs préalablement définis.

Atelier 7 (Module 4) – Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux professionnels (Focus sur LinkedIn)

Tout en vous construisant un réseau de contacts professionnels, vous gardez un œil sur l’actualité de vos contacts d’affaires, vous recherchez des prestataires professionnels, participez à des groupes de discussion professionnelle sur votre secteur d’activité, vous mettez en valeur votre entreprise, vos services et produits, vos recommandations clients et collaborateurs , vous communiquez avec différents publics cibles en lien avec l’entreprise (partenaires, membres, fournisseurs, médias, etc.), enfin vous recrutez.

Atelier 8 (module 5) – Promesse commerciale/promesse éditoriale

Déterminer le positionnement éditorial de son entreprise : objectifs du site, cibles et ligne éditoriale

Positionner son argumentaire

Atelier 9 (module 5) – Réaliser un planning de contenus

Définir ses cibles et structurer ses contenus en fonction de leurs problématiques
Planifier ses contenus à l'année

Atelier 10 (module 5) – Maîtriser les bonnes pratiques de Rédaction web

Maitriser les principes journalistiques de l'écriture, écriture de l'efficacité, localisation des mots clés

Écrire une fiche produit ou un argumentaire

Atelier 11 (module 5) – Rédiger une newsletter

Structurer ses contenus pour intéresser et convaincre sa cible
Définir son sommaire et ses rubriques.

Atelier 12 (module 5) – Rédiger une charte éditoriale

S'organiser en cas de multi- contributeurs et définir des process pour écrire mieux et plus vite
Structurer ses contenus : rubriques du site, contenus et actualités et gabarits éditoriaux
Planifier ses contenus : Planning /Tableau de bord

Atelier 13 (module 6) – Créer une communauté

Pourquoi, comment, où, et avec qui
Comment créer son cahier des charges avant de se lancer

Atelier 14 (module 6) - Animer une communauté

Importance de l'animateur : qualités, compétences
Quels sont les différents rôles, tâches, missions de la communauté
Comment et avec quel contenu animer sa communauté pour atteindre ses objectifs

Atelier 15 (module 6) – Réseaux sociaux d'entreprise

Pourquoi un Réseau Social d'entreprise
Mise en place et conduite du changement en interne
Animation du réseau en mode collaboratif

Atelier 16 (Module 7) – Techniques : à définir en fonction des attentes

Propositions : gérer et administrer son nom de domaine et son serveur, mon premier site web wordpress professionnel, sécuriser son site wordpress, construire une boutique en ligne efficace avec des solutions open source, etc.

Atelier 17 (module 8) – S'engager dans l'innovation ouverte

Fondamentaux de l'open innovation
Démarches pour se lancer dans l'innovation ouverte
Les grandes étapes pour commencer.

Atelier 18 (module 8) – Du crowdfunding au crowdsourcing

Qu'est-ce que le crowdfunding - Quels types, pour quels objectifs ?
Panorama des plates-formes existantes
Les Grandes étapes du crowdfunding : Avant, Pendant et Après.
Bonnes pratiques et retours d'expériences d'opérations de crowdfunding.

Atelier 19 (Module 9) – web analytics : mesurer, analyser, agir

Comprendre comment vos clients et vos prospects interagissent avec vous sur le web est déterminant. Sans mesure, pas de progrès possible. Encore faut-il pouvoir mesurer les interactions pertinentes et mettre en place un suivi efficace, centré sur les objectifs de l'entreprise. Ce TD comporte deux parties :

Mise en place des outils de mesure des interactions :

- Configurer le suivi des objectifs et des entonnoirs de conversion dans Google Analytics (demandes de devis et/ou de réservation, téléchargement…)
- Configurer le suivi des évènements dans Google Analytics (lecture d'une vidéo, zoom sur une image…)
- Suivre les données du e-commerce dans Google Analytics (C.A., commandes…)

Exploitation des données :

- Choisir des KPIs pertinents
- Configurer un tableau de bord web efficace
- Analyser le retour sur investissement des canaux digitaux

BULLETIN D'INSCRIPTION – STRATÉGIE DIGITALE… ET ALORS ?

Prenez le contrôle de vos performances web

Coordonnées :

NOM : …… Prénom : ……

Société : …… Fonction : ……

Adresse : ……

Code Postal : …… Ville : ……

Tél : …… Mail : ……

Tronc commun + atelier – cochez vos choix:

		Adhérents CRITT**	Non adhérent**
Tronc commun – 7 jours de formation*	☐	2 940€	3 304€
Tronc commun – Module 10 (optimiser son site marchand)	☐	420 €	472 €
Atelier de lancement - De la pratique à la formalisation de vo projet digital	☐	250 €	290 €
Atelier 1 – Créer un cahier des charges pour son futur s Internet	☐	250 €	290 €
Atelier 2– Optimiser ses textes pour le référencement naturel	☐	250 €	290 €
Atelier 3 – Lancer et optimiser une campagne publicita Google Adwords	☐	250 €	290 €
Atelier 4 – Savoir réaliser un audit de sa présence web	☐	250 €	290 €
Atelier 5 – Optimiser un blog d'entreprise	☐	250 €	290 €
Atelier 6 – Facebook Marketing	☐	250 €	290 €
Atelier 7 – Optimiser sa présence sur les réseaux socia professionnels (Focus sur LinkedIn)	☐	250 €	290 €
Atelier 8 – Promesse commerciale/promesse éditoriale	☐	250 €	290 €

CRITT DE SAVOIE – Bâtiment de l'horloge – 73370 le Bourget du Lac – Tél : 04 79 25 36 52
www.critt-savoie.fr

Atelier 9 – Réaliser un planning de contenus	☐	250 €	290 €
Atelier 10 – Maîtriser les bonnes pratiques de Rédaction web	☐	250 €	290 €
Atelier 11 – Rédiger une newsletter	☐	250 €	290 €
Atelier 12 – Rédiger une charte éditoriale	☐	250 €	290 €
Atelier 13 – Créer une communauté	☐	250 €	290 €
Atelier 14 - Animer une communauté	☐	250 €	290 €
Atelier 15 – Réseaux sociaux d'entreprise	☐	250 €	290 €
Atelier 16 – Techniques	☐	250 €	290 €
Atelier 17 – S'engager dans l'innovation ouverte	☐	250 €	290 €
Atelier 18 – Du crowdfunding au crowdsourcing	☐	250 €	290 €
Atelier 19 – web analytics : mesurer, analyser, agir	☐	250 €	290 €
	TOTAL		

**Les dates du tronc et des ateliers de perfectionnement vous seront communiquées au minimum 3 semaines avant le démarrage*

*** organisme non assujetti à la TVA – Les prix sont nets de taxes*

Le financement :

Adresse de facturation :

Lorsque le règlement est assuré par un organisme, indiquez ses coordonnées ci-dessous.

Nom de l'organisme :

Tél :

Adresse de l'organisme :

N° SIRET de l'organisme :

Le règlement :

☐ par chèque à l'ordre du CRITT de Savoie

☐ par virement bancaire : Banque de Savoie, le grand verger – 73000 Chambéry – Compte N°00047090074, libellé au nom du CRITT de Savoie. Le CRITT de Savoie se réserve le droit d'annuler ou de reporter, sans frais, une semaine avant son ouverture, ne réunirait pas le nombre minimal d'inscrits nécessaire au bon déroulement de la formation.

☐ Je souhaite recevoir une convention de formation

Les déjeuners ne sont pas pris en charge par le CRITT de Savoie et seront à régler sur place.

Contact : Corinne ISAIA – Chargée de mission en stratégie digitale
Tél : 04 79 25 36 35 – cisaia@critt-savoie.fr